

## Indikatoren bei Marketing-, Kooperations- und Vernetzungsprojekten

<b>Name</b>	
<b>Postleitzahl / Ort</b>	<b>Straße / Postfach</b>

<b>Projekt-Nr.:</b>	<b>Verwendungsnachweis vom:</b>

Folgende Werte werden im Rahmen des Verwendungsnachweis für verbindlich erklärt:

### 1. Investitionsvorhaben (Tz. 2.1 der Richtlinie)

<b>Anzahl der Besucher</b>	
<b>jährlich geschätzte Zunahme der Besucher durch das geförderte Vorhaben</b>	

### 2. Marketing-, Kooperations- und Vernetzungsprojekten (Tz. 2.2 und Tz. 2.3 der Richtlinie)

#### Marketingprojekt

direkte Indikatoren		indirekte Indikatoren	
Auflagenzahl Druckmedium (Anzahl)		Zahl der Gästeanfragen (persönlich, schriftlich, telefonisch, E-Mail, Besucher auf der Homepage) im Zeitraum von bis zu 12 Monaten nach Durchführung des Vorhabens (Anzahl)	
Reichweite des Vorhabens (Anzahl der erreichten Personen)			
Anzahl der touristischen Marketingmaßnahmen			

#### Kooperations- und Vernetzungsprojekt

direkte Indikatoren		indirekte Indikatoren	
Anzahl der Partner (Anzahl)		wirtschaftlicher Effekt der Kooperation (EUR/a)	

#### Veranstaltungsmarketing

direkte Indikatoren		indirekte Indikatoren	
Gesamtbesucherzahl (Anzahl)		Anzahl bzw. Veränderung der Presseberichterstattungen im Bereich Print, Radio und TV (Anzahl)	
Anteil der Personen, deren Wohnort mehr als 30 km von dem Veranstaltungsort entfernt liegt, an der Gesamtbesucherzahl (in %)	%		
Anzahl der touristischen Marketingmaßnahmen			